



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación Docente

Convocatoria 2017/2018

Nº de proyecto: 137

Título del proyecto: Método docente de proyecto social real: de la responsabilidad social a la RRI, investigación e innovación responsables

Responsable del proyecto: Liisa Hänninen

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento de Teoría y Análisis de la Comunicación (TAC)

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

-**El objetivo principal** para el curso 2017-2018 era adaptar la metodología de trabajo del Método docente de proyecto social real a las exigencias de la emergente disciplina de RRI (del inglés *Responsible Research and Innovation*), es decir la Investigación e Innovación Responsables, incluyendo perspectivas nuevas de trabajo, entre ellas: la ética profunda, la igualdad de género y respeto a la diversidad en todo su significado, la participación abierta de diversos actores sociales en los proyectos, el acceso abierto a los resultados, la educación en R&I y la consecución de impactos socialmente deseables.

-Por otro lado, queríamos seguir contribuyendo a las causas sociales más urgentes y emergentes de la agenda de actualidad, relacionados con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de la ONU ayudando a ONGS y entidades sociales y culturales en sus planes y programas de investigación y comunicación. El proyecto de innovación pretende conseguir impactos socialmente deseables mediante campañas de publicidad, captación de fondos y eventos organizados por los estudiantes a favor de entidades sin ánimo de lucro.

Los objetivos específicos del plan de trabajo 2017-2018, relacionados con las líneas de actuación fueron los siguientes:

1) **HAMBRE/ALIMENTACIÓN:** Colaboración en la campaña de Operación Kilo del Banco de Alimentos de Madrid.

-**OBJETIVO:** Contribuir a recopilar alimentos y concienciar sobre la situación de pobreza y riesgo de exclusión social en España.

2) **REFUGIADOS:** Prácticas para estudiantes y colaboración en campañas de concienciación y captación de socios/fondos de ACNUR y otras entidades de apoyo al refugiado.

-**OBJETIVO:** Contribuir a generar un clima de opinión más favorable y mejorar la aceptación social e integración de los refugiados y migrantes.

3) **SALUD y POBREZA INFANTIL:** Diseño de campañas informativas y captación de fondos para *AMREF Flying Doctors*, *Pet & Lisa Organization Ghana* (ambas ONGs operan en África).

-**OBJETIVOS:** Ayudar a dar a conocer la situación de pobreza y salud de la infancia africana, generar donaciones, socios y voluntarios para las ONGs beneficiarias. Construir lazos interculturales entre alumnos españoles y jóvenes voluntarios/beneficiarios de los proyectos en Ghana.

4) **EMPODERAMIENTO Y EMPLEABILIDAD DE JÓVENES:** Organización de un evento de liderazgo juvenil, 100% responsabilidad y puesto en marcha por los estudiantes de publicidad. También la colaboración en investigación y planes de comunicación para la ONG ghanés *Tongu Youth Agenda for Development*.

-OBJETIVOS: Mejorar la empleabilidad de los estudiantes. Contribuir al empoderamiento de jóvenes africanos.

5) CULTURA: Organización de exposiciones y muestras llevados a cabo por estudiantes de la Facultad.

-OBJETIVOS: Contribuir a la integración de estudiantes internacionales y fomentar el trabajo colaborativo mediante la organización de exposiciones reales, capacitación profesional. Difusión de cultura y causas sociales.

Desde el inicio del Método docente de proyecto social real, cuyas primeras aplicaciones comenzaron en el año 2000, el equipo ha marcado una serie de **metas transversales** y generales como directrices a su trabajo:

- Poner en práctica los conocimientos y habilidades de los alumnos mediante proyectos sociales y culturales reales.
- Fomentar la interacción entre alumnos, profesores y profesionales. El valor del trabajo colaborativo.
- Fomentar el espíritu altruista de los alumnos y educar en valores solidarios.
- Conseguir una repercusión informativa y comunicacional inmediata o a medio plazo en la sociedad local y las regiones menos favorecidas de los países en vías de desarrollo.
- El efecto multiplicador social, al extender el proyecto a otras áreas de conocimiento. Divulgación del proyecto en diversos foros de comunicación.
- Aumentar la motivación del alumno y ofrecerle la posibilidad de mejorar su currículo profesional.
- Modificar y actualizar los sistemas de enseñanza, aumentando la flexibilidad, transparencia e impacto social de las actividades docentes.
- **Fomentar la RRI en la Universidad.** Desde el presente curso, nuestro equipo ha transformado el octavo objetivo “fomentar la RSC de la Universidad” a “fomentar la RRI en la Universidad”. Nuestra idea es repercutir y ayudar a actualizar el concepto de la responsabilidad social corporativa de la Universidad moviendo desde postulados RSC a perspectivas más integradas, inclusivas y sostenibles, adoptando políticas de RRI (investigación e innovación responsables).

2. Objetivos alcanzados

-Los estudiantes han adquirido conocimientos mediante la estrategia “*learning by doing*” y se han establecido modelos de capacitación laboral y emprendimiento incorporando nuevas asignaturas al proyecto. Más de 400 alumnos han participado de forma activa en alguna de las iniciativas de innovación, colaborando en las causas sociales e iniciativas culturales antes mencionados. Diversas entidades sin ánimo de lucro se han beneficiado de las actividades sociales y culturales puestas en marcha por los equipos de alumnos, entre ellos el Banco de Alimentos de Madrid, ACNUR, *Pet & Lisa Organization Ghana*, *Tongu Youth Agenda for Development* y *Academy for Creativity*.

-El equipo de profesores participantes han profundizado en sus conocimientos y realizado experimentos sobre la puesta en práctica de la RRI mediante su trabajo en el

proyecto FotRRIs. Después, el grupo ha aplicado los principios de RRI al proyecto de innovación docente. Aunque aún quedan muchos aspectos de mejora, especialmente en cuanto a la medición de los impactos sociales generados, hemos podido comprobar que es posible poner en práctica proyectos universitarios siguiendo las normas de Investigación e Innovación Responsables.

-Hemos difundido el proyecto a nivel nacional mediante artículos, workshops y congresos, mientras que a nivel internacional se ha relatado la experiencia en Italia, Finlandia, Francia y Portugal durante las estancias de investigación y Erasmus de los profesores participantes.

-En cuanto a los objetivos específicos relacionados con el desarrollo sostenible, se ha contribuido a las cinco causas propuestas: Hambre/alimentación, refugiados, salud y pobreza infantil, empleabilidad de jóvenes y fomento de actividades culturales.

-A lo largo de los años, hemos podido comprobar que el proyecto de innovación y la metodología utilizada generan **impactos positivos y beneficios para los estudiantes**, entre ellos los siguientes:

1. FOMENTA LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS Y CAPACIDADES PARA EL DESEMPEÑO PROFESIONAL

El proyecto mejora la motivación del alumno, ya que permite poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo de los estudios, además de facilitar contenidos para “la sección de experiencia profesional” de su currículo. Así mismo, los proyectos reales se convierten en un banco de pruebas de la agilidad y de los conocimientos del alumno, permitiendo aprender corrigiendo errores. El alumno realiza un trabajo real, interactúa con sus compañeros y profesores y, sobre todo, con el cliente, estableciendo un contacto real con la futura profesión. (Medición del impacto mediante encuestas y grupos de discusión alumnos).

2. FAVORECE LA INSERCIÓN LABORAL, FORMACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

Desde la perspectiva de los alumnos, un proyecto social real no sólo significa poner a prueba las destrezas profesionales de cada uno, sino también aprender de forma motivadora, divertida y emocionante. Para muchos alumnos, se trata de la primera experiencia laboral real. Dentro del método, la formación y los seminarios de emprendimiento ayudan a los alumnos a conocer opciones de autoempleo para su futuro profesional. (Medición: Encuestas y grupos de discusión alumnos).

3. ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS GENÉRICAS Y TRANSVERSALES

La creación de grupos de trabajo entre estudiantes de diferentes especialidades (Publicidad, periodismo, audiovisuales, documentación) y niveles de estudios (grado y master) ayuda a transmitir conocimientos y adquirir competencias generales y transversales mediante la formación de pares y acciones de *mentoring* que ejercen los estudiantes mayores con los más junior. (Medición: Encuestas y grupos de discusión alumnos).

4. FOMENTA LOS VALORES PARTICIPATIVOS Y SOLIDARIOS ENTRE ESTUDIANTES

El método de proyecto real innova desde dos perspectivas diferentes: por un lado, se trata de un sistema de enseñanza interactivo que permite al alumno aprender trabajando en una investigación y campaña reales y por otro, el alumno se educa en la solidaridad, ya que todo el trabajo se realiza a favor de entidades no lucrativas. El método de proyecto real conlleva mucha responsabilidad por parte de los alumnos y se convierte en una prueba de su independencia y madurez, al tener la iniciativa unas implicaciones sociales inmediatas. Al igual que cualquier proyecto profesional en el campo de la comunicación, las campañas llevadas a cabo desde las aulas se diseñan en grupos y se revisan mediante reuniones y entregas parciales al cliente (ENLs). (Medición: Feedback y evaluación de las ONG participantes, notas profesores).

5. FOMENTA LA CULTURA DE CALIDAD Y DE ESFUERZO ENTRE LOS ESTUDIANTES

Trabajar en proyectos reales para entidades de gran prestigio en el tercer sector, como pueden ser ACNUR o el Banco de Alimentos entre otros, requiere un esfuerzo mayor que las prácticas y ejercicios ficticios llevados a cabo en las aulas, tanto para los alumnos como para los estudiantes. Los estudiantes aprenden a responder a las exigencias de calidad y tener como objetivo la excelencia, ya que la mayoría de las entidades cliente demandan una calidad profesional a los proyectos presentados por los estudiantes. Tan importante como la calidad, es la mentalidad de esfuerzo, el aprender poco a poco y corrigiendo errores hasta llegar a cumplir con las expectativas de la entidad cliente. (Medición: Grupos de discusión alumnos).

3. Metodología empleada en el proyecto

La actividad del grupo de innovación surge motivada por el interés de sus integrantes de fomentar una cultura de solidaridad en la Universidad y utilizar los conocimientos de comunicación para apoyar el trabajo de entidades del tercer sector, utilizando la estrategia de "aprender haciendo" en los mini-proyectos de aprendizaje-servicio que pone en marcha cada curso desde 2003.

Durante el presente año, el grupo ha decidido afrontar algunas de las causas emergentes y graves de la actualidad, dando apoyo en el área de comunicación a entidades que trabajan en causas relacionadas con la extrema pobreza y el hambre, la protección de refugiados, la salud infantil, el empoderamiento de la juventud y la precariedad laboral. La cada vez mayor complejidad a la hora de comunicar y captar fondos para causas emergentes requiere aplicaciones transversales e innovadoras a nivel de estrategia y plan de acciones y así mismo, nuevos modelos de actuación son necesarios a la hora de plantear cuestiones sociales que afectan a los jóvenes, tales como el desempleo o las adicciones.

Se trata de una metodología docente innovadora para mejorar los sistemas de enseñanza tradicionales de comunicación y para acercarlos a la realidad profesional. La metodología descrita a continuación se está aplicando desde hace 14 años en los

proyectos de innovación docente en la Facultad de Ciencias de la Información, con una serie de innovaciones y mejoras incorporados cada año. Una de las principales ventajas del método docente descrito es que facilita los procesos de evaluación de estudiantes al incorporar el punto de vista y opinión del sector profesional a los proyectos universitarios.

El método docente de proyecto social real consiste en el diseño y ejecución de investigaciones aplicadas y campañas de comunicación para entidades no lucrativas, así mismo como para organismos internacionales humanitarios y organizaciones culturales. Los micro proyectos que forman parte de cada convocatoria de innovación docente anual, se llevan a cabo en colaboración con entidades preseleccionadas, mediante equipos de alumnos multidisciplinares formados por estudiantes de Publicidad, Comunicación Audiovisual, Periodismo y Documentación.

Los estudiantes trabajan a modo de agencia de comunicación para las entidades cliente, es decir las ENLs, ONGs y otras organizaciones, mientras que las profesoras participantes asumen el papel de supervisores o directores de cuentas que velan por la calidad del trabajo realizado. La iniciativa está abierta a todos los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Información y a grupos seleccionados de la Facultad de Informática, si bien es cierto que una gran parte del trabajo se articula a través de las asignaturas que imparten las profesoras, pero siempre de una forma transversal, fomentando la transmisión de conocimiento entre estudiantes de diferentes especialidades y niveles de estudios. En muchas ocasiones, estudiantes de Máster realizan labores de *mentoring* con los estudiantes más junior, enseñando las técnicas y aprendiendo destrezas necesarias para llevar a cabo las campañas.

4. Recursos humanos

Julia R. Cela y Liisa Hänninen forman parte del equipo fundador del grupo de innovación “Método docente de proyecto social real” de la UCM que inició su actividad formalmente en el curso 2006-7. La profesora Alicia Parras, que desde los inicios del proyecto prestó su ayuda al equipo, se incorporó formalmente en el grupo de innovación en el curso 2009, el mismo año en que la profesora Tamara Bueno Doral, investigadora con amplia experiencia en trabajos para el tercer sector. La profesora Noelia García Castillo comenzó a formar parte del grupo durante el curso 2013 y comparte publicaciones y líneas de trabajo para el tercer sector con las demás componentes del equipo. Durante el presente curso 2017-2018, se incorporó al equipo el profesor Rubén Fuentes de la Facultad de Informática, con el fin de apoyar el proyecto con asesoramiento sobre plataformas P2P y sistemas de trabajo RRI. Así mismo, se unieron al equipo la profesora Felisa Arribas, con amplia experiencia profesional en comunicación estratégica, y la alumna del 4º de Publicidad, Raquel Pernia, quien ya había realizado varias colaboraciones con el equipo el curso anterior. Los profesores Fuentes, Bueno, García y Hänninen se introdujeron en el concepto de la Investigación e Innovación Responsable gracias a su participación en el proyecto Horizon 2020 FotRRIs, coordinado por el profesor Juan Pavón. Durante el presente curso, la RRI se convirtió en un concepto transversal para el proyecto de innovación.

Al tratarse de un proyecto interdepartamental (Departamento de Teoría y Análisis de Comunicación, Departamento de Documentación, Departamento de Ingeniería de Software e Inteligencia Artificial) que incorpora docentes del área de publicidad, relaciones públicas, periodismo, documentación e informática, se pueden llevar a cabo proyectos de comunicación integrales y multidisciplinares y adaptar la iniciativa a las necesidades de cada entidad. Felisa Arribas contribuye al bagaje del equipo con su experiencia en dirección de comunicación y liderazgo, Julia R. Cela aporta amplios conocimientos de documentación y periodismo. Tamara Bueno es experta en cine y temas relacionados con el género, además de tener experiencia en proyectos de cooperación para el desarrollo. Liisa Hanninen a su vez se especializa en comunicación corporativa y estrategias integrales de comunicación para el tercer sector, y junto con la alumna Raquel Pernia, coordina el departamento de comunicación para una ONG africana. Alicia Parras se ha especializado en la imagen periodística y documentación, mientras que las líneas de estudio de Noelia García Castillo se centran en género y diversidad. Rubén Fuentes aporta al equipo conocimientos de plataformas P2P y aplicaciones colaborativas. Raquel Pernia contribuye incorporando la visión del alumnado, con ideas innovadoras y experiencia en campañas de captación de fondos.

5. Desarrollo de las actividades (Max 3 folios, indicar responsables actividad)

Durante el curso 2017-2018, el equipo puso en marcha las siguientes actividades, presentadas en orden cronológico.

NOVIEMBRE 2017

-Concurso de ideas para fomentar la participación de estudiantes en **la Gran Recogida del Banco de Alimentos de Madrid**. Difusión de la campaña ganadora y recogida de alimentos en la Facultad de Ciencias de la Información, organizada por los estudiantes. Participación de alumnos también en la Gran Recogida en diversos centros comerciales. Acción coordinada por la profesora Liisa Hänninen, con la participación de estudiantes de Comunicación Corporativa, grupo 3A de Publicidad.

-Colaboración de estudiantes internacionales del Máster en Comunicación Social con la **Oficina de Diversidad** de la UCM, ofreciendo ideas para mejorar su **comunicación en las redes sociales**.

DICIEMBRE 2017

-Diseño y puesta en marcha de una **campaña de comunicación y captación de fondos** para la ONG ghanés Pet & Lisa Organization Ghana, diseñada y llevada a cabo por estudiantes de Publicidad. Acción coordinada por la alumna Raquel Pernia, con la participación de estudiantes de Comunicación Corporativa, grupo 3º A de Publicidad.

-Organización de un **evento de Liderazgo** por los estudiantes de 4º de Publicidad. Diseño, investigación, convocatoria y puesta en marcha íntegramente realizados por los estudiantes del 4ºA de Publicidad. Acción coordinada por la profesora Liisa Hänninen.

ENERO-FEBRERO 2018

-Colaboración de estudiante Jaime Maqueda (TFG) en la investigación de neurociencia, relacionada con el entrenamiento de creatividad del **Academy for Creativity**, una plataforma de videojuegos para la creatividad gratuita y de acceso libre. El proyecto liderado por la Universidad de Aalborg, con la participación de la UCM (IP Patricia Núñez), fue diseñado por un equipo internacional de expertos con el fin de mejorar la capacidad de innovación y creatividad de estudiantes y profesores universitarios. Tutora: Liisa Hänninen.

MARZO-ABRIL 2018

-Celebración de **talleres inclusivos: “La belleza es ilimitada”**. Un taller coordinado por la profesora Tamara Bueno, llevado a cabo en el museo de Educación, en el que los alumnos con diversidad cognitiva del curso STUNIN (curso de formación desarrollado en colaboración con Fundación ONCE) , expresaron lo que para ellos significaba la belleza y la accesibilidad de diversas formas: mediante poesía, pintura y danza.

-**Sesión de inmersión en el diseño de chatbots**, parte de ellos para entidades no lucrativas. Workshop adicional para los estudiantes de Comunicación Corporativa, organizado fuera del horario lectivo y coordinado por Liisa Hänninen en colaboración con el publicitario Javier Furones, quien ofreció su colaboración de forma no remunerada. Fueron dos sesiones de jornada completa y el objetivo fue mejorar la empleabilidad de estudiantes mediante proyectos profesionales reales.

-Investigación *benchmark* sobre las mejores prácticas de **integración de refugiados**, trabajo fin de master pro-bono para ACNUR, de la alumna Janice Pérez del Máster de Comunicación de Organizaciones (se entregará en septiembre 2018). Tutora: Liisa Hänninen.

- **Diseño y ejecución de dos campañas de captación** de fondos para la Federación española de Parkinson, realizadas por los alumnos de la asignatura “Historia del Cartel Publicitario” del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

- Dos propuestas de **Diseño de identidad visual para la Unidad de Apoyo a la Diversidad e Inclusión de la Universidad Complutense de Madrid**. Realizado por los alumnos de la asignatura “Historia del Cartel Publicitario” del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

- **Propuesta de Diseño de Comunicación Web para la Unidad de Apoyo a la Diversidad e Inclusión**. Trabajo De Fin de Grado realizado en colaboración de la Unidad de Diversidad de la Universidad Complutense de Madrid. Autoría: Beatriz Muñoz Durán. Tutora: Tamara Bueno Doral.

MAYO 2018

-Organización del **Taller inclusivo “Diseño de Pictogramas para museos”**. Consistieron en dos talleres llevados a cabo los días 11/05/2017 y 12/05/2017, bajo la

dirección de Rosaura Navajas Seco (IP3) y Tamara Bueno Doral (IP2), y con la colaboración en la fase de diseño de Irene González Hernando (IP1). En ellos han participado los alumnos de la asignatura “Historia del Cartel Publicitario” del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, en colaboración con personas con TAE (Trastorno del Espectro Autista) procedentes de la asociación Autismo España. El objetivo principal consistía en elaborar una iniciativa colaborativa de inclusión en la que pudieran trabajar juntos los alumnos de nuestra Universidad Complutense y las personas con TAE, diseñando pictogramas para los museos que posteriormente pudiéramos emplear en nuestros espacios y materiales de difusión.

-Organización de un nuevo **evento de Liderazgo** por los estudiantes de 4º de Publicidad. Diseño, investigación, convocatoria y puesta en marcha íntegramente realizados por los estudiantes del 4º de Publicidad. Acción coordinada por la profesora Felisa Arribas.

-Diseño de una nueva **campana de captación de fondos** para la ONG Pet & Lisa, llevada a cabo por dos estudiantes de Publicidad, Laura Sánchez y Elena Gómez, como parte de su TFG. Acción coordinada por la alumna Raquel Pernia.

JUNIO 2018

- Participación en el congreso **Confoco** el 15/06/2018. La profesora Alicia Parras se encargó de moderar una mesa redonda en torno a nuevos fotógrafas que trabajan por visibilizar colectivos jóvenes y minoritarios. Es el caso de la fotógrafa Laura C. Vela cuyo proyecto “MAN DA RI NA”, en colaboración con Xirou Xiao, es una plataforma de educación artística y arte social que pretende crear puentes entre la comunidad china más joven.

CURSO COMPLETO 2017-2018

Formación y trabajo del parte del equipo de profesores en la disciplina de RRI, mediante la participación en el proyecto FotRRIS.

Participación de parte del equipo en la **obra colectiva sobre innovación docente universitaria *Misión de la Universidad en nuestros días: un enfoque interdisciplinar*** coordinado por la profesora Tamara Bueno Doral y publicado por la editorial Campgràfic (ISBN 978-84-96657-54-0). Coeditado por el Departamento de Teorías y Análisis de la Comunicación (TAC), UCM.

- Tamara Bueno Doral: “Introducción” (pp.9-12) y “Misión de la Universidad en nuestros días: un enfoque humanista” (pp. 41-58).
- Noelia García Castillo y María Lara: “La enseñanza en competencias para ciudadanos del siglo XXI: la importancia de la destreza comunicativa” (pp. 95-110).
- Julia Rodríguez Cela y Alicia Parras Parras: “La universidad del siglo XXI: competitiva, rentable y excelente” (pp. 123-132).

6. Anexos



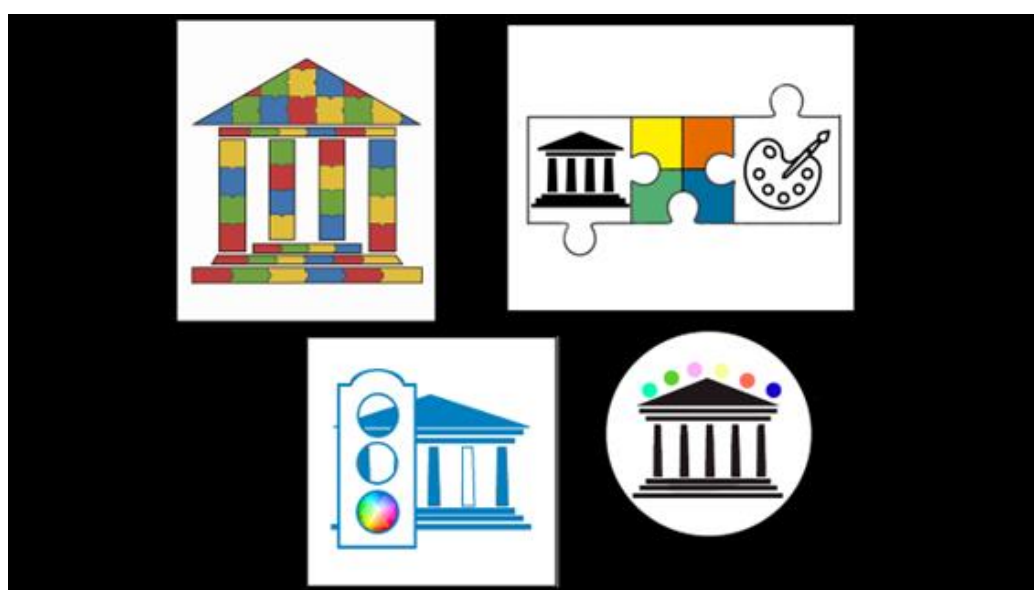
Imagen de la campaña de captación de fondos para la ONG Pet & Lisa Organization Ghana, diciembre 2017.



Imagen del evento de liderazgo organizado por los alumnos, diciembre 2017.
(Imagen reproducida con la autorización de los alumnos).



El taller “La belleza es infinita”, participantes en plena actividad creativa (Imagen reproducida con la autorización de los participantes).



Pictogramas creadas en el taller inclusivo de diseño.